

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN & HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

1.1.1 Pengertian Akuntansi

Menurut *Warren Reeve Fess* yang dialih bahasakan oleh Aria Farahmita, Amanugrahani dan Taufik (2005:10) akuntansi dapat didefinisikan sebagai :

“Sistem informasi yang menghasilkan laporan kepada pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengetahui kinerja ekonomi dan kondisi perusahaan”.

Menurut *Alvin A. Arens, Randal J. Elder, Mark S. Beasley* yang dialih bahasakan oleh Herman Wibowo (2008:4) menyatakan bahwa akuntansi adalah

“Pencatatan, pengklasifikasian dan pengikhtisaran peristiwa-peristiwa ekonomi dengan cara yang logis yang bertujuan menyediakan informasi keuangan untuk mengambil keputusan”.

Sedangkan pengertian akuntansi menurut Lili M. Sadeli (2006:2) menyatakan bahwa:

“Akuntansi adalah proses mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan informasi untuk membuat pertimbangan dan mengambil keputusan yang tepat bagi pemakai informasi tersebut”

Menurut Samryn (2011:3), akuntansi merupakan :

“suatu sistem informasi yang digunakan untuk mengubah data dari transaksi menjadi informasi keuangan”.

Menurut Rudianto (2012:4) akuntansi adalah

“Sistem informasi yang menghasilkan informasi keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi suatu perusahaan”.

Berdasarkan beberapa pengertian akuntansi yang telah dikemukakan di atas maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi adalah proses pengidentifikasian, pengukuran, pencatatan kejadian-kejadian ekonomi suatu organisasi untuk membuat pertimbangan dan mengambil keputusan yang tepat bagi para pemakainya.

1.1.2 Pengertian Akuntansi Keuangan

Menurut Samryn (2011:8), akuntansi keuangan merupakan akuntansi yang diselenggarakan melalui suatu system informasi yang digunakan untuk mengidentifikasi, mencatat, dan menafsirkan, mengomunikasikan peristiwa ekonomi yang sudah terjadi untuk menghasilkan arus kas, laporan perubahan ekuitas, dan catatan atas laporan keuangan.

Menurut Soemarsono (2004:7), akuntansi keuangan adalah bidang yang berhubungan dengan pelaporan keuangan untuk pihak-pihak diluar perusahaan.

Menurut Rudianto (2012:5) akuntansi keuangan adalah sistem akuntansi yang pemakai informasinya adalah pihak eksternal organisasi perusahaan, seperti kreditor, pemerintah, pemegang saham, investor dan sebagainya.

1.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility menjadi hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Sebuah perusahaan harus menjaga hubungan sosial yang baik dengan masyarakat serta menjaga kondisi lingkungan tempat perusahaan tersebut melaksanakan kegiatan usahanya. Setiap perusahaan pasti memiliki nilai-nilai perusahaan yang telah disepakati bersama dengan masyarakat yang berguna untuk mengatur segala kegiatan yang berlangsung pada perusahaan. Jika suatu saat terjadi perbedaan dengan nilai yang dilaksanakan perusahaan dengan masyarakat maka perusahaan tersebut dapat kehilangan kepercayaan masyarakat sekitar dan nantinya akan berdampak terhadap keberlangsungan umur perusahaan.

1.1.3.1 Sejarah Perkembangan *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial muncul dan berkembang sejalan dengan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, yang sangat ditentukan oleh dampak yang timbul dari perkembangan dan peradaban masyarakat. Semakin tinggi tingkat peradaban masyarakat, khususnya akibat perkembangan ilmu sehingga meningkatkan kesadaran dan perhatian lingkungan memunculkan tanggung jawab perusahaan. Hal

itu karena peningkatan pengetahuan masyarakat meningkatkan keterbukaan ekspektasi masa depan dan sustainabilitas pembangunan.

Perkembangan tanggung jawab sosial dibagi menjadi tiga periode, yaitu :

1. Perkembangan awal yang masih diwarnai konsep tradisional yaitu antara 1950-1960.

Perkembangan awal *social responsibility* masih dipahami secara sederhana. Pada saat itu, *social responsibility* dipahami sebagai derma perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Menurut cara pandang tradisional, tanggung jawab sosial perusahaan perusahaan lebih didasarkan pada aktivitas yang bersifat karitatif. Gema tanggung jawab sosial dimulai sejak tahun 1960-an saat dimana secara global, masyarakat dunia baru pulih dari excess Perang Dunia I dan II, serta mulai menapaki jalan menuju kesejahteraan.

Howard R Bowen melalui karyanya yang berjudul “*social responsibilities of the business*” (Solihin Ismail, 2008) terdapat dua karakter *social responsibility*, yaitu :

- a. Bentuk *social responsibility* belum seperti yang kita kenal sekarang ini, mengingat buku itu ditulis pada saat dunia bisnis belum mengenal bentuk korporasi sebagaimana kita pahami sekarang ini. Korporasi sekarang ini sudah sedemikian maju dengan berbagai implikasi yang mengitari dan dukungan perkembangan ilmu pengetahuan dan transformasi informasi yang sudah lintas batas.
- b. Konteks *social responsibility* saat itu masih bias gender, mengingat pelaku bisnis dan manajer di Amerika saat itu (Negara *icon* industrialisasi dunia)

masih didominasi kaum pria. Sehingga, pada saat itu dimensi *social responsibility* terhadap kaum minoritas (kaum wanita) belum begitu tampak. *Social responsibility* masih diwarnai (dominasi) dengan kegiatan karitatif jangka pendek, dan merupakan sikap murah hati kaum pemodal.

Bowen memberikan rumusan *social responsibility*, bahwa “*it refers to the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society*”. Rumusan tersebut sesungguhnya nampak masih sederhana, yaitu adanya itikad baik para pelaku bisnis untuk mengenal kewajiban dan dalam menetapkan tujuan memperhatikan keseimbangan dengan nilai-nilai dalam masyarakat.

Pemicu tanggung jawab sosial pada era 1960-an ini, antara lain :

- a. Tanggung jawab sosial muncul sebagai respon kesadaran etis dalam berbisnis (*business ethic*) secara personal pemilik modal (juragan), sehingga tanggung jawab sosial merupakan bentuk sikap derma yang ditujukan pada masyarakat sekitar (Nor Hadi, 2009).
- b. Wujud tanggung jawab sosial bersifat karitatif dan insidental, yang tergantung pada kondisi kesadaran dan keinginan pemodal. Bentuk apa, kapan dan kepada siapa bantuan diberikan, sangat tergantung pada kemauan sang juragan (Wibisono Yusuf, 2007).
- c. Tipe kontrak pelaksanaan yang mendasari tanggung jawab sosial bersifat *stewardship principle*. Konsep tersebut mendudukan pelaku bisnis sebagai *steward* masyarakat, sehingga perlu mempertimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan (Sholihin Ismail, 2008).

Melihat karakter praktik tanggung jawab sosial tersebut diatas, dapat dinyatakan bahwa praktik tanggung jawab sosial perusahaan belum didasarkan pada *community based* dan dampak *negative externalities* yang ditimbulkan. Tanggung jawab sosial lebih didudukkan sebagai amal sholeh pemodal, yang muatan dan esensinya lebih karena itikad baik pemodal belaka.

2. Perkembangan pertengahan antara tahun 1970-1980.

Pemikiran tentang korporasi yang lebih manusiawi muncul dalam “*The Future Capitalism*” yang ditulis oleh Lester Thurow (1966), bahwa kapitalis (yang menjadi mainstream ekonomi selama ini) tak hanya berkutat pada persoalan ekonomi, namun juga memasukkan unsur sosial dan lingkungan sebagai basis *sustainable* perusahaan dimata *society* (Wibisono, 2007). Tulisan tersebut sesungguhnya merupakan babak awal pergeseran tanggung jawab perusahaan secara lebih maju. Hal itu ditunjukkan dengan orientasi perusahaan ke arah *stakeholder perspective* dan dimasuki pemikiran ke depan tentang pembangunan berkelanjutan. Para pelaku bisnis telah secara sadar dan terencana berpikir bagaimana seharusnya melakukan eksploitasi sumberdaya alam dilakukan dengan tetap mempertimbangkan kaidah keselarasan, keserasian dan keseimbangan. Meskipun hal itu masih dilihat dari perspektif kepentingan pemodal (perusahaan).

Turut meramaikan perkembangan *social responsibility* di era ini adalah terbentuknya *Community for Development* (CED) tahun 1970-an yang merupakan gabungan kelompok perusahaan di Amerika, dan para peneliti.

Di era 1980-an makin banyak perusahaan yang menggeser konsep tanggung jawab sosial dari basis *philantrophy* ke arah yang lebih produktif lewat

community development (CD). Intinya, kegiatan derma yang sebelumnya kental dengan pola derma karikatif, bergeser ke arah pola pemberdayaan masyarakat, seperti : pengembangan kerjasama. Memberikan keterampilan, pembukaan akses pasar, hubungan intiplasma, dan sejenisnya.

Uraian tersebut di atas dapat ditangkap tentang pergeseran gejala kesadaran para pelaku bisnis dalam menangkap fenomena empiris lapangan yang merupakan bagian dipraktikkan. Hal itu, ditunjukkan dengan bentuk, pola dan strategi keberpihakan perusahaan dalam merespon dampak *negative externalities* baik terhadap lingkungan fisik maupun nonfisik lewat strategi tanggung jawab sosial perusahaan. Jika pada era sebelumnya praktik tanggung jawab social lebih dilihat sebagai bentuk derma perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, sehingga aktivitasnya terbungkus dalam kegiatan *philantropik*, era tahun 1970-an bergeser menjadi lebih komprehensif dan manusiawi. Wujud aktivitas yang dilakukan, lebih bersifat *community development* (CD), sehingga unsur pemberdayaan masyarakat lebih di kedepankan. Secara garis besar, karakter praktik tanggung jawab sosial perusahaan era 1970-an, antara lain :

1. Dimulainya berbagai kegiatan yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat.
 2. Masyarakat dan lingkungan sebagai sentral pertimbangan munculnya kegiatan.
 3. Berorientasi pada kegiatan-kegiatan yang bersifat inti-plasma.
 4. Kegiatan bukan hanya ditujukan untuk derma.
- 3. Perkembangan era tahun 1990-an sampai sekarang.**

Dasawarsa 1990-an adalah period praktik tanggung jawab sosial yang diwarnai dengan beragam pendekatan, seperti : pendekatan integral, pendekatan stakeholder maupun pendekatan *civil society* (Wibisono Yusuf, 2007). Ragam pendekatan tersebut telah mempengaruhi praktik *community development* yang lebih manusiawi dalam bentuk peran pemberdayaan. *Community development* akhirnya menjadi satu aktivitas yang lintas sektor karena mencakup baik aktivitas produktif maupun sosial dengan lintas pelaku sebagai konsekuensi keterlibatan berbagai pihak. Pendekatan ini telah mengena dalam banyak dimensi, dengan melibatkan berbagai elemen sehingga berjalan secara integral, sampai pada level *grass rooth*.

Satu terobosan besar perkembangan gema tanggung jawab sosial perusahaan dikemukakan oleh John Elkington (1997) yang terkenal dengan “ *The Triple Botton Line*” yang dimuat dalam buku “*Canibalts with Forks, the Triple Botton Line of Twentieth Century Business*”. Konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan ingin sustain maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan hanya ekonomi (profit) yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet).



Gambar 2. 1 Konsep Triple Botton Line

Gambar 2.1 menggambarkan bahwa terjalin hubungan secara integral antara kepedulian masyarakat, menjaga keseimbangan lingkungan dan upaya mencapai laba perusahaan. Dengan menggunakan konsep Triple Botton Line, muncul konsep *sustainability development* yang mendorong munculnya *sustainability report* yang dikembangkan oleh Elkington.

1.1.3.2 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) secara luas dinilai sebagai ikatan tanggung jawab yang layak dijalankan untuk menjamin terciptanya manfaat berkelanjutan bagi perusahaan maupun masyarakat. CSR menjadi landasan penting bagi sebuah bisnis untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pemangku kepentingan, dah hal ini dapat menjadi awal penting bagi peningkatan daya saing.

Sebuah definisi yang luas mengenai CSR diungkapkan oleh *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang diterjemahkan oleh Solihin (2009:28) yang menyatakan bahwa CSR adalah merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaanya beserta seluruh keluarganya. WBCSD merupakan suatu asosiasi global yang

terdiri dari sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak dibidang pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Menurut Nor Hadi (2011:45), *Corporate Social Responsibility* adalah

“Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, agar terjadi keseimbangan eksploitasi.”

Menurut Pradipta dan Purwaningsih (2011), Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah :

“Suatu bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap *stakeholders* atas berbagai aktivitas perusahaan.”

Berikut beberapa pengertian *Corporate Social Responsibility* yang dikutip oleh (Dwi Kartini, 2013: 2-3) :

1. *CSR means that a corporation should be held accountable for any of its actions that affect people, their communities and their environment* (Lawrence, Weber dan Post, 2005).
2. *The key to operationalizing the strategic role of business in contributing towards this suitable development process, so that business is able to engage in and contribute to society as a corporate citizen* (Warhurst, 2001).
3. *The commitment of business to minimize its negative impacts and maximize its positive contribution to all stakeholders in connection in economic, social and environmental aspects to achieve sustainable development* (Indonesia Business Links, 2001).
4. *Business for Social Responsibility/BSR* (2002) mendefinisikan CSR sebagai *business practices that strengthen accountability, respencing ethical values in the interest of all stakeholders*. BSR juga menyatakan bahwa pelaku bisnis yang bertanggungjawab menghormati dan memelihara lingkungan serta membantu meningkatkan kualitas hidup melalui pemberdayaan masyarakat dan melakukan investasi di dalam masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Isu-isu CSR yang penting untuk diperlihatkan oleh perusahaan mencakup : *business ethics*,

community investment, environment, governance and accoutability, human right, marketplace, vision, mision and values, workplace.”

5. *The World Business for Sustainability Development (WBCSD)* mendefinisikan CSR sebagai *continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.”*

Dari banyaknya pengertian tentang *Corporate Social Responsibility* diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah tentang kewajiban sebuah organisasi/perusahaan dalam menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan sekitar sehingga tidak hanya memikirkan kondisi keuangan perusahaan saja melainkan kondisi lingkungan sekitar juga harus diperhatikan. Disamping kita mengembangkan perusahaan dengan mendapatkan pendapatan maka kita harus dengan sadar memperhatikan lingkungan sekitar agar tidak terjadi bencana alam atau kerusakan alam yang dapat merugikan berbagai pihak.

1.1.3.3 Komponen-komponen *Corporate Social Responsibility*

Menurut Carroll (1979) dalam Dwi Kartini (2013:14), konsep CSR memuat komponen-komponen sebagai berikut :

1. *Economic responsibilities*
Tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi, karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.
2. *Legal responsibilities*
Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.
3. *Ethical responsibilities*
Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Menurut Epstein (1989:584-585), etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan (organisasi) untuk menilai suatu isu dimana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat. Melalui pilihan nilai tersebut, individu atau organisasi akan memberikan penilaian apakah sesuatu yang dilakukan itu benar atau salah, adil atau tidak serta memiliki kegunaan (utilitas) atau tidak.
4. *Discretionary responsibilities*
Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis. Dalam kaitan ini perusahaan juga ingin

dipandang sebagai warga Negara yang baik (*good citizen*), dimana kontribusi yang mereka berikan kepada masyarakat akan mempengaruhi reputasi perusahaan. Oleh sebab itu aktivitas yang dilakukan perusahaan sebagai manifestasi *discretionary responsibilities* sering juga disebut sebagai *Corporate Citizenship*.

Sedangkan aktivitas *corporate citizenship* yang bertujuan untuk mengembangkan kesejahteraan masyarakat (misalnya melalui pemberian pelatihan usaha, pemberian pinjaman lunak, dll) disebut sebagai *community development*.

Pada Tabel 2.1 menunjukkan keempat kategori tanggung jawab sosial menurut Carroll disertai dengan contoh program/aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk setiap kategori tanggung jawab sosial tersebut.

Tabel 2. 1
Kategori Tanggung Jawab Sosial dan Aktivitas CSR

<i>Discretionary Responsibilities</i>	Corporate giving/charity, corporate citizenship, community development
<i>Ethical Responsibilities</i>	Memproduksi produk makanan yang bergizi dan aman bagi konsumen
<i>Legal Responsibilities</i>	Membayar pajak, mentaati undang-undang ketenaga-kerjaan
<i>Economic Responsibilities</i>	Melaksanakan good corporate governance yang memungkinkan perusahaan memperoleh maksimalisasi laba

Sumber : Dwi Kartini (2013)

1.1.3.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Untung (2008:6), manfaat *corporate social responsibility* bagi perusahaan adalah :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

10. Peluang mendapatkan penghargaan.

1.1.3.5 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Crowther David (2008) dalam Nor Hadi (2014:59) menguraikan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sebagai berikut :

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya dimasa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.
2. *Accountability*, upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktifitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas perusahaan dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan. Nor Hadi (2009) menunjukan bahwa tingkat keluasaan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan menentukan legitimasi *stakeholders* eksternal, serta meningkatkan transaksi dalam perusahaan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transaksi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.”

Menurut Alyson Warhurst dari University of Bath Inggris (1998) dalam Nor Hadi (2014:62), prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 2
Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

No	Prinsip	Uraian
1	Prioritas Korporat	Mengakui tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi perusahaan, sehingga segala aktivitas (operasi) perusahaan tak

		dapat dilepas dari tanggung jawab sosial.
2	Manajemen Terpadu	Mengintegrasikan kebijakan, pogram dan praktik ke dalam setiap kegiatan bisnis sebagai satu unsur manajemen dalam semua fungsi.
3	Proses Perbaikan	Secara berkesinambungan memperbaiki kebijakan, program dan kinerja sosial korporat, berdasarkan temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara internasional.
4	Pendidikan Karyawan	Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan serta memotivasi karyawan.
5	Pengkajian	Melakukan kajian dampak sosial sebelum memulai kegiatan atau proyek baru dan sebelum menutup satu fasilitas atau meninggalkan lokasi proyek.
6	Produk dan Jasa	Mengembangkan produk dan jasa yang tidak berdampak negative terhadap lingkungan.
7	Informasi Publik	Memberi informasi dan (bila diperlukan) mendidik pelanggan, distributor dan public tentang penggunaan yang aman dan begitu pula dengan jasa.
8	Fasilitas dan Operasi	Mengembangkan, merancang dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan yang mempertimbangkan temuan kajian dampak lingkungan.
9	Penelitian	Melakukan atau mendukung penelitian dampak sosial bahan baku, produk, proses, emisi dan limbah yang terkait dengan kegiatan usaha dan penelitian yang menjadi sarana mengurangi dampak negative.
10	Prinsip Pencegahan	Memodifikasi manufaktur, pemasaran atau penggunaan produk dan jasa, sejalan dengan penelitian mutakhir untuk mencegah dampak sosial yang bersifat

		negatif.
11	Kontraktor dan Pemasok	Mendorong penggunaan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial korporat yang dijalankan kalangan kontraktor dan pemasok, disamping itu bila diperlukan masyarakat perbaikan dalam praktik bisnis yang dilakukan kontraktor dan pemasok
12	Siaga Menghadapi Darurat	Menyusun dan merumuskan rencana menghadapi keadaan darurat, dan bila terjadi keadaan bahaya bekerja sama dengan layanan gawat darurat, instansi berwenang dan komunitas local. Sekaligus mengenali potensi bahaya yang muncul.
13	Transfer <i>Best Practice</i>	Berkontribusi pada pengembangan kebijakan publik dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen pemerintah serta lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab sosial
14	Memberi Sumbangan	Sumbangan untuk usaha bersama, pengembangan kebijakan public dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen pemerintah serta lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab sosial
15	Keterbukaan	Menumbuhkembangkan keterbukaan dan dialog dengan pekerja dan public, mengantisipasi dan memberi respon terhadap potensial hazard dan dampak operasi, produk dan limbah atau jasa.
16	Pencapaian dan Pelaporan	Mengevaluasi kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria korporat dan peraturan perundang-undangan dan menyampaikan informasi tersebut pada dewan direksi, pemegang saham, pekerja dan public.

Sumber : Nor Hadi (2014)

1.1.3.6 Jenis-jenis Program Corporate Social Responsibility

Kotler and Lee (2005) dalam Solihin (2009:131) menyebutkan ada 6 kategori aktivitas CSR, yaitu :

1. Promosi Kegiatan Sosial (*Cause Promotions*)
Suatu perusahaan dapat memberikan dana atau berbagai macam kontribusi lainnya, ataupun sumber daya perusahaan lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat atas isu sosial tertentu, ataupun dengan cara mendukung pengumpulan dana, partisipasi dan rekrutment sukarelawan untuk aksi sosial tertentu.
Contohnya perusahaan kosmetika terkemuka di Inggris, *The Body Shop*, mempromosikan larangan untuk melakukan uji produk terhadap hewan. *The Body Shop* sendiri mengklaim bahwa produk-produk yang dijualnya tidak diuji coba terhadap hewan. Hal ini dapat dilihat pada kemasan produk-produk *The Body Shop* yang mencantumkan kata-kata *against animal testing*.
2. Pemasaran Terkait Kegiatan Sosial (*Cause Related Marketing*)
Suatu perusahaan dalam hal ini berkomitmen untuk berkontribusi atau menyumbang sekian persen dari pendapatannya dari penjualan suatu produk tertentu miliknya untuk isu sosial tertentu.
Contohnya seperti Unilever yang memberikan sekian persen dari penjualan sabun produksinya, Lifebuoy, untuk meningkatkan kesadaran hidup bersih dalam masyarakat, dengan cara membangun fasilitas kamar kecil dan wastafel di sekolah-sekolah, terutama di daerah-daerah terpencil. Kemudian Danone, yang juga merupakan produsen air mineral AQUA memberikan sekian persen hasil penjualan untuk membangun jaringan air bersih di daerah sulit air di Indonesia.
3. Pemasaran Kemasyarakatan Korporat (*Corporate Societal Marketing*)
Suatu perusahaan dapat mendukung perkembangan atau pengimplementasian kampanye untuk merubah cara pandang maupun tindakan, guna meningkatkan kesehatan publik, keamanan, lingkungan, maupun kesejahteraan masyarakat.
Contohnya seperti Unilever yang memproduksi pasta gigi Pepsodent mendukung kampanye gigi sehat. Kemudian Phillip Morris di Amerika Serikat mendorong para orang tua untuk berdiskusi dengan anak-anak mereka mengenai konsumsi tembakau.
4. Kegiatan Filantropi Perusahaan (*Corporate Philanthropy*)
Dalam hal ini, suatu perusahaan secara langsung dapat memberikan sumbangan, biasanya dalam bentuk tunai. Pendekatan ini merupakan bentuk implementasi tanggung jawab sosial yang paling tradisional.
Contohnya suatu perusahaan dapat langsung memberikan bantuan tunai ke panti-panti sosial, ataupun apabila tidak uang tunai, dapat berupa makanan ataupun alat-alat yang diperlukan.
5. Pekerja Sosial Kemasyarakatan Secara Sukarela (*Community Volunteering*)
Dalam hal ini, perusahaan dapat mendukung dan mendorong pegawainya, mitra bisnis maupun para mitra waralabanya untuk menjadi sukarelawan di organisasi-organisasi kemasyarakatan lokal.
Contohnya suatu perusahaan dapat mendorong atau bahkan mewajibkan para pegawainya untuk terlibat dalam bakti sosial atau gotong royong di daerah di mana perusahaan itu berkantor. Contohnya lainnya seperti perusahaan-perusahaan

yang memproduksi komputer atau piranti lunak mengirim orang-orangnya ke sekolah untuk melakukan pelatihan-pelatihan langsung menyangkut keterampilan komputer.

6. **Praktika Bisnis yang Memiliki Tanggung Jawab Sosial (*Socially Responsible Business Practice*)**

Misalnya perusahaan dapat mengadopsi dan melakukan praktik-praktik bisnis dan investasi yang dapat mendukung isu-isu sosial guna meningkatkan kelayakan masyarakat (*community well-being*) dan juga melindungi lingkungan.

Contohnya Starbucks bekerja sama dengan *Conversation International* di Amerika Serikat mendukung untuk petani-petani guna meminimalisir dampak atas lingkungan mereka.

1.1.3.7 Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan CSR merupakan cara pemberian informasi dan pertanggungjawaban dari perusahaan terhadap *stakeholder*. Hal ini juga merupakan salah satu cara untuk mendapatkan, mempertahankan serta meningkatkan legitimasi *stakeholder*. Nuswandari (2009) menyatakan bahwa informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan menjadi dua yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

Nuswandari (2009) menyatakan bahwa pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) adalah :

“Informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal suatu negara. Setiap emiten atau perusahaan publik yang terdaftar di bursa efek wajib menyampaikan laporan tahunan secara berkala dan informasi lainnya kepada Bapepam dan publik”

Selain itu Nuswandari (2009) menyatakan bahwa pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) adalah :

“Penyampaian informasi yang diberikan secara sukarela oleh perusahaan di luar pengungkapan wajib. Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan pasar modal yang berlaku. Perusahaan memiliki keleluasaan dalam melakukan pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan sehingga menimbulkan adanya keragaman atau variasi luas pengungkapan sukarela antar perusahaan.”

Tanggung jawab sosial perusahaan bersifat wajib (*mandatory*) bagi kriteria perusahaan tertentu seperti yang diungkapkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyatakan bahwa :

1. Perseroan yang menjalankan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajiban.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.”

Selain perusahaan wajib melakukan kegiatan CSR, perusahaan juga wajib mengungkapkannya dalam *annual report* seperti yang disebutkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 66 ayat (2) bahwa :

“laporan tahunan sebagaimana dimaksudkan pada ayat (1) harus memuat sekurang-kurangnya :

- a. Laporan keuangan yang terdiri atas sekurang-kurangnya neraca akhir tahun buku yang baru lampau dalam perbandingan dengan tahun buku sebelumnya, laporan laba rugi dan tahun buku yang bersangkutan, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas, serta catatan atas keuangan tersebut;
- b. Laporan mengenai perseroan;
- c. Laporan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan;
- d. Rincian masalah yang timbul selama tahun buku yang mempengaruhi kegiatan usaha perseroan;
- e. Laporan mengenai tugas pengawasan yang telah dilaksanakan oleh Dewan Komisaris selama tahun buku yang baru lampau;
- f. Nama anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris;
- g. Gaji dan tunjangan bagi anggota Direksi dan gaji atau honorarium dan tunjangan bagi anggota Dewan Komisaris Perseroan untuk tahun baru yang lampau.”

Dapat dilihat pada point c, yang menyatakan bahwa adanya kewajiban bagi para emiten di bursa efek untuk melakukan pengungkapan CSR. Namun demikian item-item apa saja yang harus diungkapkan hingga saat ini belum ada peraturan baku yang mengaturnya. Oleh

karena itu item-item CSR yang diungkapkan perusahaan masih merupakan informasi yang bersifat sukarela (*voluntary*).

Sampai saat ini belum ada standar baku yang mengatur tentang pengungkapan CSR. Sehingga sejumlah institusi menciptakan item laporan yang bisa berlaku universal untuk semua perusahaan. Salah satu yang terkenal adalah *Global Reporting Initiative* (GRI) yang diluncurkan pada tahun 1997. Pada umumnya perusahaan menggunakan konsep GRI sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat dari konsep *sustainability development*

1.1.3.8 Global Reporting Initiative (GRI)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen pengukuran CSR *Disclosure* berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah sebuah organisasi *nonprofit* yang memiliki *concern* terhadap *sustainability development*. Sampai saat ini belum ada standar baku yang mengatur tentang pengungkapan CSR. Sehingga sejumlah institusi menciptakan item laporan yang bisa berlaku universal untuk semua perusahaan. Pada umumnya perusahaan menggunakan konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR. Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat dari konsep *sustainability development*. Dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line*, yang tidak hanya melaporkan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja tetapi juga dari sudut pandang sosial dan lingkungan.

GRI *Guidelines* Versi 3 menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standar *disclosure*. Kategori CSR menggunakan standar dari GRI berisi 6 indikator yaitu :

“1. Indikator kinerja finansial

Keprihatinan dimensi ekonomis keberlanjutan yang terjadi akibat dampak organisasi terhadap kondisi perekonomian para pemegang kepentingan di tingkat sistem ekonomi lokal, nasional dan global.

2. Indikator kinerja lingkungan

Dimensi lingkungan dari keberlanjutan yang mempengaruhi dampak organisasi terhadap sistem alami hidup dan tidak hidup, termasuk ekosistem tanah, air dan udara. Indikator lingkungan meliputi kinerja yang berhubungan input (misalnya emisi, air limbah, dan limbah). Sedangkan tambahan, indikator ini melingkupi kinerja yang berhubungan *biodiversity* (keanekaragaman hayati), kepatuhan lingkungan, dan informasi relevan lainnya seperti pengeluaran lingkungan (*environmental expenditure*) dan dampaknya terhadap produk dan jasa.

3. Indikator sosial (praktek tenaga kerja dan pekerjaan layak)

Dimensi sosial dari keberlanjutan membahas sistem sosial organisasi dimana dia beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI menentukan Aspek Kinerja penting yang berhubungan dengan ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk.

4. Indikator hak asasi manusia

Indikator kinerja hak asasi manusia menentukan bahwa organisasi harus melaporkan sejauh mana hak asasi manusia diperhitungkan dalam investasi dan praktek pemeliharaan supplier/kontraktor. Sebagai tambahan, indikator ini meliputi pelatihan mengenai hak asasi manusia bagi karyawan dan aparat keamanan, sebagaimana juga bagi nondiskriminasi, kebebasan berserikat, tenaga kerja anak, hak adat, serta kerja paksa, dan kerja wajib.

5. Indikator masyarakat

Indikator kinerja masyarakat memperhatikan dampak organisasi terhadap masyarakat dimana mereka beroperasi, dan menjelaskan risiko dari interaksi dengan institusi sosial lainnya yang mereka kelola. Pada khususnya, informasi yang dicari berhubungan dengan risiko yang diasosiasikan dengan suap, korupsi, praktek monopoli dan kolusi.

6. Indikator tanggung jawab produk

Indikator kinerja tanggung jawab produk membahas aspek produksi dari organisasi pelapor dan serta jasa yang diberikan yang mempengaruhi pelanggan, terutama, kesehatan dan keselamatan, informasi dan pelabelan, pemasaran, dan privasi.” (GRI Versi 3.0, 2006)

Dalam indikator tersebut terdapat kategori yang berjumlah 79 indikator (ekonomi 9 kategori, lingkungan 30 kategori, tenaga kerja 14 kategori, hak asasi manusia 9 kategori, sosial 8 kategori, dan produk 9 kategori) jenis kategori, seperti terlihat pada tabel 2.4. Indikator-indikator tersebut mengandung item-item yang diungkapkan. Semakin banyak item-item yang diungkapkan oleh suatu perusahaan maka dapat dikatakan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas.

Tabel 2. 3
Konsep Pelaporan CSR Berdasarkan Global Reporting Initiative

No.	Dimensi	Konstruk	Item Pengungkapan	
1.	Ekonomi	Kinerja Ekonomi	EC1.	Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan serta pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
			EC2.	Implikasi finansial dan resiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
			EC3.	Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
			EC4.	Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
		Kehadiran Pasar	EC5.	Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
			EC6.	Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
				Prosedur penerimaan pegawai

			EC7.	lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
		Dampak ekonomi tidak langsung	EC8.	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura atau pro bono.
			EC9.	Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan termasuk seberapa luas dampaknya.
2.	Lingkungan	Material	EN1.	Penggunaan bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume
			EN2.	Presentasi Penggunaan Bahan Daur Ulang.
		Energi	EN3.	Penggunaan Energi Langsung dari Sumber daya Energi Primer.
			EN4.	Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber Primer.
			EN5.	Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi.
			EN6.	Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbaharui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
			EN7.	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
		Air	EN8.	Total pengambilan air per sumber
			EN9.	Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat

			<p>pengambilan air</p> <p>Presentasi dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang</p>
		Keanekaragaman Hayati	<p>EN11. Lokasi dan ukuran tanah yang dimiliki, disewa dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang bedekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi?) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi diluar daerah yang diproteksi.</p>
			<p>EN12. Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keaneka ragaman tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi)</p>
			<p>EN13. Perlindungan dan pemulihan habitat</p>
			<p>EN14. Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati</p>
			<p>EN15. Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (IUCN Red List Speciest) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.</p>
		Emisi, Efluen dan Limbah	<p>EN16. Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak</p>

			<p>langsung dirinci berdasarkan berat.</p> <p>EN17. Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.</p> <p>EN18. Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.</p> <p>EN19. Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozone-depleting substances/ODS) diperinci berdasarkan berat</p> <p>EN20. NO_x, SO_x dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan berat</p> <p>EN21. Jumlah buangan air menurut</p> <p>EN22. kualitas dan tujuan</p> <p>Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan</p> <p>EN23. Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan</p> <p>EN24. Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran konvensi Basel I,II,III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.</p> <p>EN25. Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.</p>
		Produk dan Jasa	<p>EN26. Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak penggunaan tersebut.</p> <p>EN27. Presentasi produk terjual dan</p>

				bahan keemasannya yang ditarik menurut kategori.
		Kepatuhan	EN28.	Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
		Pengangkutan / Transportasi	EN29.	Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.
		Menyeluruh	EN30.	Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.
3.	Sosial	Pekerjaan	LA1.	Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
			LA2.	Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
			LA3.	Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
		Tenaga kerja/ Hubungan Manajemen	LA4.	Presentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menewar kolektif tersebut
			LA5.	Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal tersebut dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
		Kesehatan dan keselamatan	LA6.	Presentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia

		jabatan	<p>LA7. kesehatan dan keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.</p> <p>LA8. Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.</p> <p>LA9. Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenal penyakit berat/berbahaya.</p> <p>LA9. Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.</p>	
		Pelatihan dan Pendidikan	<p>LA10. Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.</p> <p>LA11. Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menunjang kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.</p> <p>LA12. Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.</p>	
		Keberagaman dan kesempatan setara	LA13. Komposisi badan pengelola/ pengusaha dan perincian karyawan tiap kategori/ kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia,	

				<p>keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.</p> <p>Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/ kategori karyawan.</p> <p><i>LA14.</i></p>
4.	Hak Asasi Manusia	Praktek Investasi dan Pengadaan	<p><i>HR1.</i> Presentasi dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skiring/filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.</p> <p><i>HR2.</i> Presentasi pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.</p> <p><i>HR3.</i> Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk presentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.</p>	
		Nondiskriminasi	<i>HR4.</i>	Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/ dilakukan.
		Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul	<i>HR5.</i>	Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diteridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
		Pekerja Anak	<i>HR6.</i>	Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan

				pekerja anak.
		Kerja Paksa dan Kerja Wajib	HR7.	Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.
		Praktek/Tindakan Pengamanan	HR8.	Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.
		Hak Penduduk Asli	HR9.	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
5.	Masyarakat	Komunitas	SO1.	Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
		Korupsi	SO2. SO3. SO4.	Presentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi. Presentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi. Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
		Kebijakan Publik	SO5.	Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik,

			SO6.	politisi, dan istitusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
		Kelakuan Tidak Bersaing	SO7.	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan anti pesaing, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.
		Kepatuhan	SO8.	Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
6.	Tanggung Jawab Produk	Kesehatan dan Keamanan Pelanggan	PR1.	Tahapan daur hidup dimana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
			PR2.	Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika tidak mengenal dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
		Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa	PR3.	Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan presentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
			PR4.	Jumlah pelanggaran peraturan dan <i>voluntary codes</i> mengenai penyediaan informasi yang produk dan jasa serta pemberian label, per produk.
			PR5.	Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan

$$CSRI_j = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 79$

X_{ij} : *Dummy variable* , 1 = jika item diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan.

1.1.3.10 Alasan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Terdapat beberapa alasan yang memotivasi sebuah perusahaan dalam pengungkapan CSR. Alasan utama sebuah perusahaan pada umumnya dalam mengungkapkan informasi sosial adalah untuk memunculkan image atau gambaran yang baik sehingga dapat menarik perhatian masyarakat sekitar.

Menurut Deegan dalam Chariri (2008), ada beberapa alasan pengungkapan CSR antara lain :

1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalisme ekonomi (economic rationality). Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dianggap dapat memberikan keuntungan bisnis dan alasan ini dipandang sebagai motivasi utama.
3. Keyakinan dalam akuntabilitas proses pelaporan. Artinya, manajer berkeyakinan bahwa orang memiliki hak untuk memperoleh informasi yang memuaskan dengan tidak memperhitungkan biaya yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut, namun pandangan ini tidak dianut oleh mayoritas organisasi bisnis yang beroperasi di lingkungan kapitalis.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan pinjaman. Lembaga pemberi pinjaman, sebagian bagian dari kebijakan manajemen resiko, cenderung menghendaki peminjam untuk secara periodic memberikan berbagai item informasi tentang kinerja serta kebijakan sosial dan lingkungannya.
5. Untuk memenuhi harapan masyarakat yang didasarkan pada pandangan bahwa kepatuhan terhadap izin yang diberikan masyarakat untuk beroperasi (kontrak sosial) bergantung pada penyediaan informasi berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungannya.
6. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Misalnya pelaporan mungkin dipandang sebagai respon atas pemberitaan media yang bersifat negative, kejadian sosial atau dampak lingkungan tertentu, atau barangkali

sebagai akibat dari rating jelek yang diberikan oleh lembaga pemberi peringkat perusahaan.

7. Untuk mengelola kelompok stakeholder yang powerful
8. Untuk menarik dana investasi. Pihak yang bertanggung jawab dalam melakukan pemeringkatan organisasi tertentu untuk tujuan analisis portofolio menggunakan informasi dari sejumlah sumber termasuk informasi yang dikeluarkan oleh organisasi tersebut.
9. Untuk mematuhi persyaratan industry atau code of conduct tertentu. Misalnya di Australia, industry pertambangan memiliki Code for Environmental Management. Jadi, ada tekanan tertentu untuk mematuhi aturan tersebut. Aturan dapat mempengaruhi persyaratan pelaporan.
10. Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Ada beberapa melaporkan penghargaan yang diberikan pada beberapa Negara kepada perusahaan yang melaporkan kegiatannya termasuk kegiatan yang berkaitan dengan aspek sosial dan dampak lingkungan.

1.1.4 *Earning Response Coefficient (ERC)*

1.1.4.1 Pengertian *Earning Response Coefficient (ERC)*

Pada umumnya untuk mengetahui kualitas laba yang baik dapat diukur dengan menggunakan *Earning Response Coefficient (ERC)*. *ERC* diperoleh dari regresi antara *Cummulative Abnormal Return (CAR)* sebagai proksi harga saham dan *Unexpected Earnings (UE)* sebagai proksi laba akuntansi yang digunakan untuk mengindikasikan atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar atau respon harga saham terhadap informasi laba. Menurut Suad Husnan (2003), *CAR* merupakan penjumlahan *Abnormal Returns* dari periode ke periode, untuk melihat perkembangan *abnormal returns* selama beberapa periode. Sebagai contoh, misalnya sebuah perusahaan diekspektasi akan melaporkan laba per lembar saham sebesar Rp.15.000,- ternyata melaporkan laba per lembar saham sebesar Rp.20.000,- (laba kejutan yang positif, diistilahkan juga sebagai *good news*). Perusahaan bertumbuh akan mempunyai koefisien respon laba yang lebih tinggi, karena perusahaan tersebut mempunyai kesempatan memperoleh laba di masa akan datang lebih tinggi. Kandungan informasi laba tersebut merupakan berita baik sehingga dapat meningkatkan respon pasar.

Menurut Bambang Riyanto (2001:331) *Earnings Response Coefficient* adalah sebagai berikut :

“Ukuran atas tingkat *return* abnormal saham dalam merespon komponen *unexpected earnings*”.

Selain itu menurut Jogiyanto (2008:581), yang dimaksud *Earnings Response Coefficient* adalah sebagai berikut :

“Besarnya koefisien slope dalam regresi yang menghubungkan laba sebagai salah satu variabel bebas dan *return* saham sebagai variabel”.

Dari beberapa defisini diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan *Earnings Response Coefficient* adalah ukuran besaran CAR (*Cumulative Abnormal Return*) terhadap UE (*Unexpected Earning*) yang dilaporkan suatu perusahaan.

1.1.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Earning Response Coefficient*

Respon pasar terhadap laba tidak selalu sama, hal ini disebabkan adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 4
Faktor-faktor yang mempengaruhi ERC

Faktor-faktor yang Mempengaruhi	Peneliti dan Tahun
Leverage	Dhaliwal, Lee dan Farger (1991), A.Zubaidi Indra, Agus Zahron, Ana Rosianawati (2011), Etty Murwaningsari (2007), Sri Mulyani, Nur Fadrijh Asyik, Andayani (2007)
Persistensi Laba	Kormendi dan Lipe (1987), Collins dan Kothari (1989), Etty Murwaningsari (2007), Sri Mulyani , Nur Fadrijh Asyik ,

	Andayani (2007)
<i>Timeliness</i>	Rulfah M. Daud, Nur Afni Syarifuddin (2008), Etty Murwaningsari (2007)
Risiko Sistematis (Beta)	A.Zubaidi Indra, Agus Zahron, Ana Rosianawati (2011), Sri Mulyani , Nur Fadjrih Asyik , Andayani (2007)
Kesempatan Bertumbuh	A.Zubaidi Indra, Agus Zahron, Ana Rosianawati (2011), Etty Murwaningsari (2007), Sri Mulyani , Nur Fadjrih Asyik , Andayani (2007)
<i>Size</i>	Collins dan Kothari (1989), Chaney dan Jeter (1991), A.Zubaidi Indra, Agus Zahron, Ana Rosianawati (2011), Etty Murwaningsari (2007), Sri Mulyani , Nur Fadjrih Asyik , Andayani (2007),
<i>Voluntary Disclosure</i>	Etty Murwaningsari (2007)
Kualitas Auditor	Teoh dan Wong (1993), Sri Mulyani , Nur Fadjrih Asyik , Andayani (2007)

1.1.4.3 Metode Pengukuran *Earning Response Coefficient*

Menurut Jogiyanto (2008:584), *Earnings Response Coefficient* digunakan untuk mengindikasikan atau menjelaskan perbedaan reaksi pasar terhadap informasi laba yang diumumkan oleh perusahaan. *Earnings Response Coefficient* merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi. Proksi harga saham yang digunakan adalah *Cummulative Abnormal Return* (CAR), sedangkan proksi laba akuntansi

adalah *Unexpected Earnings* (UE). Regresi model tersebut akan menghasilkan *Earnings Response Coefficient* masing-masing populasi sasaran yang akan digunakan untuk analisis berikutnya. Besarnya *Earnings Response Coefficient* diperoleh dengan melakukan beberapa tahap perhitungan, yaitu :

1. Menghitung *Cummulative Abnormal Return* (CAR)

CAR merupakan proksi harga saham yang menunjukkan besarnya respon pasar terhadap informasi akuntansi yang dipublikasikan yang dihitung dengan menggunakan model pasar yang disesuaikan karena yang dianggap sebagai penduga terbaik adalah model pasar yang disesuaikan. CAR dihitung menggunakan model perhitungan kumulatif laba abnormal. CAR dihitung selama periode 4 tahun yakni dari tahun 2010-2013. CAR dirumuskan sebagai berikut :

$$CAR = \sum AR_{it}$$

Keterangan :

CAR_{it} : *Cummulative Abnormal Return* perusahaan i pada tahun t

AR_{it} : *Abnormal Return* untuk saham perusahaan i pada hari t

Sumber : Suwardjono (2008:492)

Untuk menghitung *Abnormal Return* (AR_{it}) dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

Keterangan :

AR_{it} : *Abnormal return* perusahaan i pada hari ke-t

R_{it} : Return harian perusahaan i pada hari ke-t

R_{mt} : Return indeks pasar pada hari ke-t

Sumber : Suwardjono (2008:492)

Untuk mendapatkan nilai *abnormal return* (AR_{it}), maka terlebih dahulu dicari *actual return* (return sesungguhnya) perusahaan i pada periode t, dengan cara sebagai berikut :

$$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

Keterangan :

R_{it} : Return harian perusahaan i pada hari ke-t

P_{it} : Harga penutupan saham perusahaan i pada waktu t

P_{it-1} : Harga penutupan saham perusahaan i pada waktu t-1

Sumber : Suwardjono (2008:492)

Untuk return pasar, dapat diwakili dengan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Bursa Efek Indonesia. IHSG dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

Keterangan :

R_{mt} : Return indeks pasar pada hari ke-t

IHSG_t : Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t

IHSG_{t-1} : Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t-1

2. Menghitung nilai *Unexpected Earnings* (UE)

Unexpected Earnings (UE) atau laba kejutan adalah selisih antara laba persaham sesungguhnya dengan laba persaham ekspektasian. UE dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$UE = \text{Laba Persaham Aktual} - \text{Laba Persaham Ekspektasian}$$

Keterangan :

UE : *Unexpected Earnings* perusahaan pada periode t

Eit : Laba akuntansi perusahaan i pada periode t

Eit-1 : Laba akuntansi perusahaan i pada periode t-1

Setelah nilai CAR dan UE diperoleh maka model regresi linier yang digunakan untuk menentukan *Earning Response Coefficient* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$CAR_{it} = \beta_0 + \beta_1 UE_{it} + e$$

Keterangan :

CAR_{it} : akumulasi *abnormal return* dari masing-masing perusahaan selama periode 5 tahun

UE_{it} : Laba kejutan untuk perusahaan i pada pengumuman laba

β_0 : Konstanta

β_1 : Koefisien respon laba

e : Komponen error dalam model atas perusahaan i

1.1.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan mengenai keterkaitan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earning Response Coefficient*, penulis ungkapkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2. 5
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Variabel	Hasil Penelitian
1	Pengaruh CSR <i>Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient.</i>	Yosefa Sayekti dan Ludovicus Sensi Wondabio (2007)	Variabel Independen : CSR Variabel dependen : ERC	Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan baik sebelum menggunakan maupun sesudah

				menggunakan variable moderator, memiliki pengaruh negatif terhadap nilai ERC
2	Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan Terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC), Dengan Ukuran Perusahaan Dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol.	Dyah Hayu Pradipta dan Anna Purwaningsih (2011)	Variabel Independen : ERC Variabel Dependen : CSRI	Luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC
3	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> , Beta Dan <i>Price To Book Value</i> (PBV) Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).	Sem Paulus Silalahi (2014)	Variabel Independen : ERC Variabel Dependen : CSRI, BETA, PBV	Variabel <i>corporate social responsibility (csr)</i> dan variabel beta tidak berpengaruh terhadap <i>earnings response coefficient (erc)</i> , sedangkan variabel <i>price to book value (pbv)</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>earnings response coefficient (erc)</i> .

4	Pengaruh Pengungkapan <i>Social Corporate Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient.</i>	Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya	Variabel Independen : Corporate Social Responsibility Variabel Dependen : Earning Response Coefficient	pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap <i>earnings response coefficient</i> .
5	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure, Timeliness, Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Earning Response Coefficient</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)	Rulfah M. Daud dan Nur Afni Syarifuddin	Variabel Independen : CSRI Variabel Dependen : <i>Earning Response Coefficient</i>	Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa <i>corporate social responsibility disclosure, timeliness</i> dan <i>debt to equity ratio</i> secara simultan berpengaruh terhadap <i>earning response coefficient</i>

Perbedaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Waktu

Waktu yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah 15 bulan sedangkan penelitian yang dilakukan penulis sekarang adalah 4 tahun

2. Bidang

Sektor yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah masing-masing 1 (satu) perusahaan dari semua sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian yang dilakukan penulis sekarang adalah pertambangan (*Coal Mining*)

3. Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah selain menggunakan CSR dan ERC juga menggunakan variabel kontrol yaitu BETA dan PBV sedangkan penelitian yang dilakukan penulis sekarang hanya variabel CSR dan ERC

2.2 Kerangka Pemikiran

Earning Response Coefficient (ERC) merupakan pengukur seberapa besar return saham dalam merespon laba yang dilaporkan oleh perusahaan, dengan kata lain terdapat variasi hubungan antara laba perusahaan dengan return saham.

Namun banyaknya perbedaan *Earning Response Coefficient* (ERC) terhadap pengumuman laba dengan didasarkan pada premis bahwa tingkat keinformasian laba (*informativeness of earnings*) akan semakin besar ketika terdapat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa datang. *Earnings* memiliki keterbatasan yang mungkin dipengaruhi oleh asumsi perhitungan dan juga kemungkinan manipulasi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, sehingga dibutuhkan informasi lain selain laba untuk memprediksi return saham perusahaan.

1.2.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient*

Hubungan antara tingkat pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja pasar perusahaan masih sangat beragam. Terdapat hubungan positif antara pengungkapan termasuk pengungkapan sukarela, pengungkapan sosial dan pengungkapan lingkungan. Media yang digunakan oleh para investor untuk dapat berkomunikasi dengan

perusahaan adalah laporan tahunan. Informasi laba dianggap dapat menggambarkan kinerja manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan selama satu periode terakhir. Informasi yang terkandung dalam laba saat ini sangat penting karena akan direspon investor. Informasi laba dalam hal ini diukur dengan *Earning Response Coefficient*.

Pradipta dan Purwaningsih (2011) menyatakan bahwa :

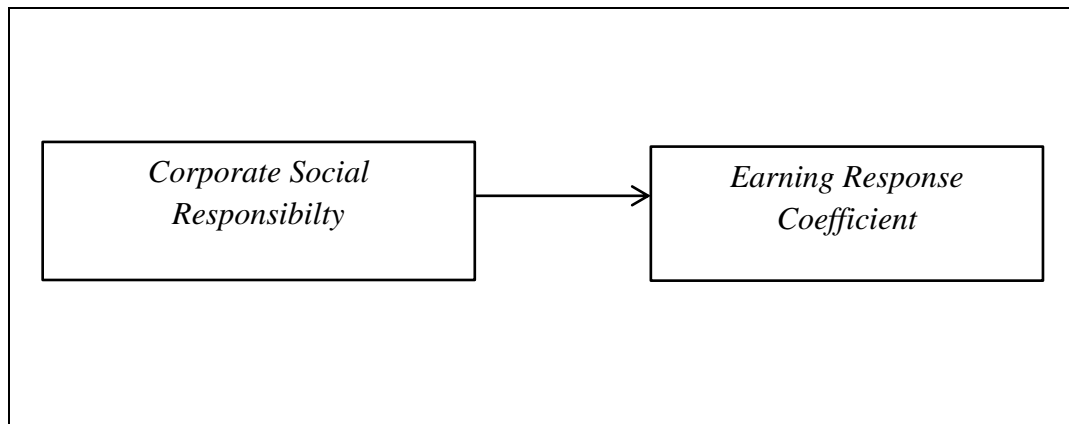
“Dengan menerapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial, meningkatkan nilai perusahaan, dan memaksimalkan kekuatan keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, adanya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan diharapkan bisa menjadi nilai tambah serta bahan pertimbangan investor dalam menilai perusahaan dan mengambil investasi selain melihat pada informasi laba perusahaan saja”.

Hasil penelitian Adisusilo (2011) tentang Pengaruh Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Laporan Tahunan Terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) yaitu adanya pengaruh yang signifikan dan negatif antara CSR terhadap ERC secara parsial.

Lebih lanjut lagi penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) tentang Pengaruh CSR *Disclosure* Terhadap *Earning Response Coefficient* yaitu bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitriana (2011) tentang Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam Laporan Tahunan Terhadap Koefisien Respon Laba yaitu bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap *Earning Response Coefficient* secara signifikan dan ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Dari uraian kerangka pemikiran diatas, maka dibuatlah bagan kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

—————> : Pengaruh Langsung

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dibuat maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient*.